

[ RANKING PXI 2025 ]

# Más marcas buscan liderar la excelencia

La experiencia del cliente ha dejado de ser una simple tendencia para convertirse en una herramienta indispensable para las empresas que desean destacar en sus mercados cada vez más competitivos.

**Por: Bastián Núñez, consultor de Experiencia Clientes Praxis Human Xperience.**



**Bajo esta premisa nace el PXI (Praxis Xperience Index), indicador que evalúa anualmente la experiencia vivida por más de 50.000 personas en sus interacciones con más de 135 marcas en Chile. Con más de 10 años de trayectoria, PXI analiza tres dimensiones fundamentales: funcional (grado en que el cliente puede cumplir su propósito), operacional (nivel de esfuerzo que el cliente debe ejercer para cumplir su propósito) y emocional (la calidad de las emociones vividas por el cliente durante la experiencia), permitiendo no sólo premiar a quienes logran experiencias excepcionales, sino también generar este motor de mejora continua en el país.**

La metodología del PXI contempla una muestra de 360 casos por marca, con un error muestral de solo 5,2%. Los datos se recopilan diariamente mediante cuestionarios estructurados, cubriendo desde Arica hasta Punta Arenas y considerando todas las comunas con más de 130 mil habitantes, así como capitales regionales. Por tanto, esta edición 2025 se basa en información recopilada entre enero y diciembre del 2024.

De acuerdo con sus resultados, las marcas se clasifican en cinco grupos según el nivel de experiencia

proporcionada: Experiencias excelentes (Grupo A, 100 a 80 puntos), Experiencias muy buenas (Grupo B, 79 a 70 puntos), Experiencias regulares (69 a 50 puntos), Experiencias bajas (49 a 40 puntos) y Experiencias deficientes (39 puntos o menos). Solo las marcas ubicadas en los Grupos A y B que lideran sus sectores son premiadas. Si todas las marcas de un sector caen en las categorías inferiores, este sector se considera "desierto" y no recibe reconocimiento.

## Resultados del Ranking PXI 2025

Este 2025, el Praxis Xperience Index a nivel nacional sigue una clara tendencia positiva, aumentando 1 punto respecto al año anterior y consolidando una mejora acumulada de 7 puntos en los últimos cuatro años. En esta edición se reconocen a 18 marcas por sus notables experiencias, 5 marcas más en comparación a la edición anterior. Además, se destaca que 12 marcas lograron avanzar desde experiencias regulares hacia categorías muy buenas o excelentes.

Entre los sectores con mayores mejoras destacan Courier, Supermercados, Farmacias, Mejoramiento para el Hogar, Clínicas,

Tiendas por Departamento e Isapre/ Fonasa, todos mostrando alzas significativas. En contraste, dos sectores sufrieron caídas este año: las Cajas de Compensación y Delivery. Por otro lado, el sector de Farmacias destaca al obtener un reconocimiento después de 10 años, marcando un hito importante en la experiencia de este sector.

Las experiencias calificadas como "excelentes" se concentraron en 10 marcas destacadas, cuatro más que el año anterior. Mercado Libre recupera el primer lugar del ranking, seguido muy de cerca por Lipigas en su línea de cilindro. Este sector, Gas Cilindro, muestra una fuerte presencia en este grupo con sus tres marcas: Lipigas, Abastible y Gasco, evidenciando una notable competitividad y enfoque de cara al cliente. Además, Jumbo, Pronto, Copec y Shell dieron el salto desde el Grupo de muy buenas a experiencias a excelentes, demostrando que cada vez son más las marcas que se preocupan de entregar altos niveles de experiencia.

El grupo de experiencias "muy buenas" también creció pasando de 24 a 33 marcas durante este último año, abarcando como AFP, Clínicas, Courier, Farmacias, Líneas Aéreas, Minimarket, Ecommerce,

Instituciones Financieras, entre otras, quedando demostrado que son cada vez más las marcas que se preocupan y gestionan la experiencia de sus clientes.

## Premio mejora sostenida

Además de reconocer a las marcas que alcanzan un PXI igual o superior a 70 puntos, también premiamos a aquellas que han demostrado una mejora constante en la experiencia de sus clientes.

En esta edición, el Premio a la Mejora Sostenida se otorga a tres marcas que han mostrado un crecimiento significativo en su PXI entre 2021 y 2024, con un aumento relativo destacado en el indicador y diferencias significativas respecto a 2022.

Las marcas reconocidas este año son: Correos de Chile, Easy y Metro.

Lograr una mejora sostenida no solo refleja un esfuerzo por optimizar la experiencia del cliente, sino también la capacidad de la marca para adaptarse, interiorizar sus necesidades y evolucionar. Esto implica poner al cliente en el centro de cada decisión, alineando la estrategia, la cultura y la operación para generar experiencias consistentes y de valor. No se trata solo de mejorar un ser-

## RANKING PXI 2025

Ranking	Marca	Sector	Grupo	Ranking	Marca	Sector	Grupo
1	mercado libre (eComm)	ECOMMERCE	●	23	Modelo	AFP	●
2	Lipigas (Cil)	GAS CILINDRO	●	23	Cl. Alemana	CLÍNICAS	●
3	Copec	ESTACIONES DE SERVICIO	●	23	Chilexpress	COURIER	●
3	Abastible (Cil)	GAS CILINDRO	●	23	Tta. CMR	TARJETAS COMERCIALES	●
5	Jumbo	SUPERMERCADOS	●	23	Sodimac (eComm)	ECOMMERCE	●
6	Gasco (Cil)	GAS CILINDRO	●	28	Starken	COURIER	●
6	Pronto	MINIMARKET	●	28	Petrobras	ESTACIONES DE SERVICIO	●
6	Banco de Chile	INSTITUCIONES FINANCIERAS - GRANDES	●	28	ITAU	INSTITUCIONES FINANCIERAS - MEDIANAS	●
9	Shell	ESTACIONES DE SERVICIO	●	31	AFP Uno	AFP	●
9	Sencillito	PAGO DE CUENTAS	●	31	Falabella	TIENDAS POR DEPARTAMENTO	●
11	Servipag	PAGO DE CUENTAS	●	31	Banco Falabella	INSTITUCIONES FINANCIERAS - GRANDES	●
11	Santander	INSTITUCIONES FINANCIERAS - GRANDES	●	34	Planvital	AFP	●
13	Castaño	MINIMARKET	●	34	Ahumada	FARMACIAS	●
13	BCI	INSTITUCIONES FINANCIERAS - GRANDES	●	34	Cruz Verde	FARMACIAS	●
15	Correos de Chile	COURIER	●	37	Cuprum	AFP	●
15	Caja Vecina	PAGO DE CUENTAS	●	37	Hospital UC	CLÍNICAS	●
15	Santa Isabel	SUPERMERCADOS	●	37	OXXO	MINIMARKET	●
18	Salcobrand	FARMACIAS	●	37	ADT	SEGURIDAD PARA EL HOGAR	●
18	LATAM	LÍNEAS AÉREAS	●	37	Registro Civil	SERVICIOS PÚBLICOS	●
18	San Camilo	MINIMARKET	●	37	RedSalud	CENTROS DE SALUD	●
18	Lider	SUPERMERCADOS	●	37	BICE	INSTITUCIONES FINANCIERAS - MEDIANAS	●
18	Coopuch	INSTITUCIONES FINANCIERAS - MEDIANAS	●				

● Experiencias Excelentes PXI entre 100 y 80 puntos  
● Experiencias Muy buenas PXI entre 79 y 70 puntos  
● 1er lugar en su sector



**Fecha:** 23-03-2025  
**Medio:** La Tercera  
**Supl.:** La Tercera - Edición Especial  
**Tipo:** Noticia general  
**Título:** Más marcas buscan liderar la excelencia

**Pág.:** 9  
**cm2:** 755,9  
**VPE:** \$ 7.519.976

**Tiraje:** 78.224  
**Lectoría:** 253.149  
**Favorabilidad:**  No Definida

vicio, sino de construir una cultura orientada al cliente

### Canales de contacto

El PXI no solo proporciona un ranking basado en las dimensiones funcional, operacional y emocional, sino que también ofrece información relevante para mejorar la experiencia del cliente. Un elemento central para lograrlo es analizar dónde ocurren las interacciones entre el cliente y la marca, es decir, en los canales de contacto. Este estudio, recoge además la información sobre estos canales y presenta cuáles son los niveles de experiencia que se viven en cada uno de ellos, además de incluir los principales motivos por los cuales se contactan los clientes (Versión suscriptores).

Actualmente, los canales digitales representan cerca del 60% de las interacciones nacionales. Aunque la proporción del canal Web es mucho mayor que la App, esta última presenta mejor desempeño en el PXI alcanzando los 75 puntos durante este último año y presentando los mejores niveles de las dimensiones funcionales, operacionales y emocionales. Cabe destacar que ambos canales presentan un descenso en su indicador entre 1 y 2 puntos respecto a la medición del año anterior.

En contraste, los canales Sucursales y Call Center sólo representan un 25% y un 13% de las interacciones a nivel nacional respectivamente. Lo destacable en estos canales es que ambos desde hace 4 años presentan una tendencia al alza sostenida que impacta en un aumento de 12 puntos en el PXI de sucursales y 14 puntos en el PXI de Call Center tomando el año 2020 como referencia. Este avance evidencia claramente que estos dos canales han sido fundamentales para sostener la mejora continua del PXI a nivel nacional, reflejando cómo las marcas en Chile se han fortalecido a través de los años.

No cabe duda que los resultados del PXI 2025 dejan claras señales de progreso, pero también plantean interrogantes clave sobre la gestión futura de la experiencia del cliente. ¿Qué estrategias implementarán las marcas para sostener este crecimiento continuo? ¿Cuáles serán los canales y motivos más relevantes en los próximos años? Y, sobre todo, ¿qué factores deberán considerar las empresas para mantener o superar los actuales estándares de excelencia?

Profundizar en estas preguntas marcará la diferencia entre liderar o simplemente seguir en una industria cada vez más exigente.

## ¿CUÁL FUE EL RESULTADO DE LA EXPERIENCIA EL 2024?

- Uso y PXI evolutivo de Canales de atención



- Evolución PXI Nacional

